

EL JUEGO DETRÁS DEL CONSUMO

Prepárate para el momento clave del año en alimentos y bebidas.
La próxima temporada del fútbol ya está en juego.



Más
Selecciones



Más
Partidos



Más
Días activos



Esto significa **más ocasiones de consumo, mayor recurrencia** y una operación que deberá jugar con estrategia.



La oportunidad no se juega en un solo día: **el consumo se distribuye jornada tras jornada.**



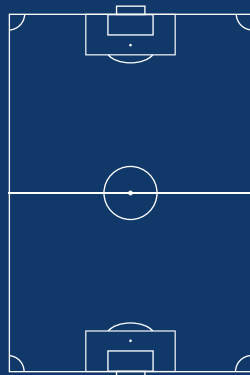
EL CONSUMO NO SE IMPROVISA, SE EJECUTA.



Snacks, refrescos y formatos para compartir ganaron terreno, impulsados por reuniones y consumo desde casa.



Los partidos importantes disparan el consumo más allá del estadio, activando **compras en retail, tiendas de conveniencia y foodservice.**⁽¹⁾



65%

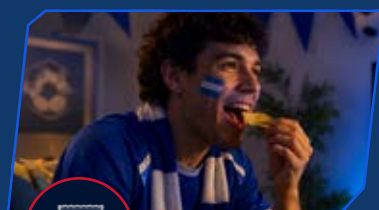
de las **decisiones** de compra son impulsivas, guiadas por disponibilidad y facilidad de acceso.⁽²⁾



80%

fue el incremento en la **afluencia** alrededor de los estadios durante la primera semana de la edición pasada del torneo.⁽³⁾

TIROS A GOL PARA APROVECHAR LA TEMPORADA



SNACKS

Formatos shareables y promociones previas a partidos.



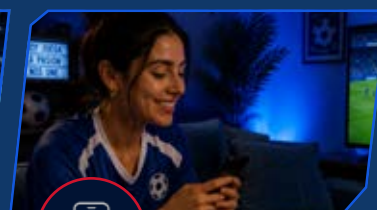
BEBIDAS

Multipacks y una buena exhibición pueden aumentar frecuencia de compra.



CÁRNICOS

Los partidos pueden impulsar la demanda de alitas, boneless y embutidos bite size para reuniones.



FOODSERVICE

Menús temporales y promociones durante partidos.

LOS PARTIDOS PUEDEN IMPULSAR EL CONSUMO Y LAS REUNIONES

	Estadio	Según Visa, el 36% del gasto total in-stadium fue en alimentos y bebidas. ⁽⁴⁾
	Impulso	Incremento del 22% registrado por NIQ en el ticket promedio de "tienditas" durante horas de partido. ⁽⁵⁾
	Retail	Incidencia del 90% de compra de productos de consumo (snacks/bebidas) en supermercados. ⁽⁶⁾
	Reuniones	75% de los consumidores que reportan comprar F&B específicamente para ver los partidos en casa. ⁽⁷⁾

La próxima gran temporada del fútbol no solo **impulsa ventas:** también deja aprendizajes para **2027**